

## بررسی عوامل زمینه‌ای در انتقال باورهای کارآفرینی به دانش‌آموزان هنرستان‌های کار دانش استان گیلان

عزت‌الله مرادی<sup>۱\*</sup>، اصغر نخستین گلدوست<sup>۲</sup>، صدرالدین ستاری<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف از تحقیق حاضر، بررسی عوامل زمینه‌ای در انتقال باورهای کارآفرینی به دانش‌آموزان هنرستان‌های کار دانش استان گیلان است. روش اجرای این پروژه آمیخته اکتشافی است که بصورت کیفی و کمی به بررسی مولفه‌های مورد نظر پرداخته است. جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی ۳۴ نفر از کارشناسان اداره آموزش و پرورش که ۲۰ نفر به صورت هدفمند انتخاب شدند و داده‌های مربوط به مصاحبه نیمه ساختار یافته از آنان جمع‌آوری شد؛ سپس در بخش کمی از ۲۵۱ نفر از مدیران و هنرآموزان به کمک جدول مورگان ۱۴۸ نفر به روش تصادفی ساده در دسترس برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به پرسشنامه‌های تحقیق انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات این پژوهش در بخش کیفی بصورت کدگذاری از نرم افزار (MaxQDA) و در بخش کمی به صورت معادلات ساختاری از نرم افزار (Smart PLS 2.0) استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که عوامل زمینه‌ای (همچون: خانواده، حمایت دولت و...) در سطح معناداری ( $P < 0/05$ ) بر انتقال الگوی باورهای کارآفرینی تاثیر گذار است. در نتیجه می‌توان گفت کارآفرینی با ایجاد اشتغال، توزیع متناسب درآمدها، کاهش اضطراب‌های اجتماعی، بهره‌برداری از منافع و فعال شدن آنها، بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازهای ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدید، نقش موثری در رشد و توسعه کشور دارد. بنابراین با توجه به یافته‌های این پژوهش آموزش کارآفرین در کتب درسی در مدارس ابتدایی بسیار حائز اهمیت و ضروری است. چراکه کتاب درسی، مهم‌ترین رسانه آموزشی است که همه روزه معلمان و دانش‌آموزان می‌توانند از آن استفاده کنند.

**کلیدواژگان:** انتقال باور، کارآفرین، الگوی کارآفرینی، دانش کارآفرینی.

- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
- ۲- استادیار گروه علوم تربیتی، واحد واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
- ۳- دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

**مقدمه:**

هزینه‌تر، کالاهای جدید، و مورد نیاز انسان‌ها را به نحو احسن برآورده می‌سازند. (چه مت<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

در ایران تا آغاز برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به موضع کار آفرینی توجهی نشده بود. اما در برنامه سوم به دلیل وجود بیکاری گسترده به ویژه در میان جوانان، کار آفرینی مورد توجه قرار گرفت. (طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۶). بدین ترتیب می‌توان گفت که مفهوم کارآفرینی و اهمیت اصلی آن، در آموزش آن و حضور بنیادی و تحقق آن در میان دانش‌آموزان و بعد در دانشجویان است که می‌توان اساس و بنیاد شکل‌گیری مفهوم جامع کارآفرینی در یک جامعه باشد. از آنجا که مدارس به عنوان متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص در جامعه، نقش اساسی دارند، توجه به مقوله کار آفرینی و مؤلفه‌های کارآفرینی در سطح نظام آموزش و پرورش به توسعه بهتر این امر کمک شایانی می‌نماید. (میرزاییان و شریفی، ۱۳۹۵).

جاکوب ویتز<sup>۳</sup> (۱۹۹۴) از جمله افرادی بود که به ذاتی بودن استعداد کارآفرینی در برخی از افراد تاکید داشت، اما گروه دیگری بر اساس مطالعات و تحقیقات متعدد به این نتیجه رسیدند که کار آفرینی همچون سایر ادراکات و اعتقادات، در بافت محیطی معین می‌تواند آموخته شود. همچنین شواهد تجربی گوناگونی نشانگر تأثیر آموزش بر ایجاد نگرش کار آفرینی در افراد مختلف است. یافته‌هایی که شور و شوق جوانان

امروزه چالش‌های مربوط به اشتغال، درواقع موضوع کار و بیکاری نه تنها یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی روز در کشور به شمار می‌رود، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده به حساب آورد. حل این مشکل، دولت‌مردان اکثر کشورها را با چالش‌های بزرگی روبرو ساخته است. به گونه‌ای که می‌توان گفت ثبات و زوال برخی از دولت‌ها منوط به حل بحران بیکاری است. در اثنای دهه گذشته بسیاری از کشورها مخصوصاً کشورهای در حال توسعه به کار آفرینی به عنوان یک راه حل بالقوه برای مشکلات گوناگون پیش روی کشور از جمله نبود کارایی در اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، افزایش بی‌اندازه فارغ التحصیلان و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل برای آنها توجه جدی مبذول داشته‌اند. (خاقانی و همکاران، ۱۳۹۸).

مطالعات مختلف نشان می‌دهند که از نظر برخی از اقتصاددانان و صاحب نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصادی هر جامعه‌ای کارآفرینان هستند که در محیطی رقابتی و در شرایط مساعد و متعادل (و نه تعادل ایستا) جامعه را به حرکت در می‌آورند و توسعه می‌بخشند. (کدیر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). کلید موفقیت در کارآفرینی، یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با به کارگیری تکنولوژی‌های جدید با بازاریابی بهتر، سریع‌تر و کم

<sup>2</sup>CheMett<sup>3</sup>Jakob Witz<sup>1</sup> Kadir

عملی آن محدوده تخصصی، مهارت داشته باشد و موفق عمل کند. به همین دلیل است که آموزش کارآفرینی در دو حالت ساخت یافته با برنامه های آموزشی گوناگون و گاهی نیز با صرف وقت زیادی با برگزاری کارگاه ها و سمینارهای آموزشی کوتاه مدت مورد توجه بیشتری قرار گرفته است (خاتمی و شاه حسینی، ۱۳۹۱).

با نگاه به چشم انداز بیست ساله و با توجه به برنامه های اول تا پنجم توسعه و توجه خاص دولت به امر اشتغال و نقش آموزش در اشتغال پایدار، سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور مفتخر به تشکیل و استقرار «سازمان ملی مهارت و فناوری» و طراحی «نظام جامع ملی و مهارت و فناوری» با سه زیر نظام «نظام آموزش مهارت و فناوری»، «نظام صلاحیت حرفه ای» و «نظام شرایط احراز اشتغال» شده است. در این شرایط، با یکپارچه سازی مدیریت و سیاست گذاری آموزش های فنی و حرفه ای، شاهد تحول بزرگ در نظام مند نمودن این آموزش ها از طریق استقرار نظام جامع مهارت و فناوری با رویکرد و توجه به تغییرات فناوری و هماهنگی کرد. آنها با نیاز بازار کار هستیم. با توجه به همه اسناد بالادستی از جمله «سند چشم انداز ۱۴۰۴، مواد ۲۱»، «۱۹۴ برنامه پنجم توسعه»، «سیاست های کلی اشتغال ابلاغ شده از سوی مقام معظم رهبری» و «سند راهبردی مهارت و فناوری سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور»، داشتن رویکردی مدبرانه، علمی و مبتنی بر تحقیق به آموزش هنرجویان بسیار ضروری به نظر می رسد (آقا محمدی و عبداللهی، ۱۳۹۴).

را نسبت به کار آفرینی نشان می داد و این مهم که این آموزش ها می تواند مسیر شغلی آنان را در آینده نشان دهد، مؤید آن است که شناسایی و پرورش رفتارهای کارآفرینانه از طریق فرآیندهای آموزشی، توانسته منافع بلند مدت اقتصادی را برای افراد به وجود بیاورد. (به نقل از: ذبیحی و مقدسی، ۱۳۹۳). کاریلسکی و والسند<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) معتقدند که این آموزش ها باید از دبیرستان شروع شود تا جوانان مسیر شغلی مناسب خود را انتخاب کنند. "براون"<sup>۲</sup> آموزش کارآفرینی برای جوانان را سرمایه گذاری برای آینده می داند که تجربیات مثبتی را به آنان معرفی می کند تا در آینده بتوانند تصمیمات مناسب تری درباره اشتغال خود اتخاذ کنند. بنابراین می توان رفتار کار آفرینانه را همانند سایر رفتار های انسانی دارای خاستگاه فطری و محیطی دانست. امروزه گرایش به پرورش کار آفرینی، نسبت به فطری بودن آن، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است به گونه ای که فرض بر این است که ویژگی ها و مهارت های کارآفرینی را می توان در افراد ایجاد و تقویت نمود. (به نقل از: کلانتری و همکاران، ۱۳۹۲).

در این راستا شاید تغییر رویکرد دانش آموزان و دانش آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک این مطلب است که در دنیای امروز دانش آموخته ای نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی است که پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل

<sup>۱</sup>Karilski&Elested

<sup>۲</sup>Brown

هرچند که مدل مبتنی بر قاعده باور کارآفرینی محدود به عواملی است که عاملیت انسانی را فعال می‌کند، تئوری خودکارآمدی عاملیت را از طریق اعتماد به نفس با عملکرد مرتبط می‌سازد. آن‌گاه پیشنهاد می‌کند که افراد احتمالاً زمانی نسبت به انجام رفتار مشخصی تمایل نشان می‌دهند که اعتماد به نفس خود را نسبت به توانایی آن عمل و همچنین اطمینان از نتایج مورد نظر به دست آورند. به عبارت دیگر، خودکارآمدی با دو عقیده توانایی مستمر اما کاملاً متفاوت همراه است (امسی گی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۹). اول، توانایی بروز رفتار مشخص و دوم توانایی رسیدن به نتیجه موفقیت‌آمیز است. با توجه به عقیده اول، افراد ممکن است با اعتماد به نفس خود نسبت به انجام وظایف متنوع مرتبط با ایجاد و مدیریت سرمایه‌گذاری جدید اقدام به کارآفرینی کنند، اما نتایج موفقیت‌آمیز ممکن است به عوامل بسیاری وابسته باشد که فراتر از کنترل اختیاری فرد است. در واقع، هرچند که وظیفه ایجاد و مدیریت سرمایه‌گذاری جدید به تعداد نیروهای خارجی بستگی دارد، اما برخی از این نیروها ممکن است در کنترل افراد قرار داشته باشد. با توجه به تحقیقات صورت گرفته تاکنون به بررسی عوامل زمینه‌ای برای انتقال باورهای کارآفرینی پرداخته نشده است و نتایج این تحقیق جبران‌کننده این خلا تحقیقی باشد. همچنین موجب بهبود انتقال باورهای کارآفرینی به دانش‌آموزان شود و جامعه را به سوی کارآفرینی سوق دهد و هدایت نماید.

شاخه تحصیلی کاردانش و فنی‌وحرفه‌ای در راستای لزوم ارتباط و هماهنگی آموزش و پرورش و نیازهای بازار کار تأسیس شده است. در واقع، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های نظام جدید آموزش متوسطه، شاخه کاردانش و فنی‌وحرفه‌ای است که با هدف اشاعه مهارت‌آموزی تشکیل شده است و جهت‌گیری عمده آن، آماده کردن بخش قابل توجهی از جوانان، برای اشتغال مفید است که بعد از ارائه آموزش‌های مهارتی برای ورود فارغ‌التحصیلان به بازار کار و اشتغال مولد و متناسب با مقتضیات جغرافیایی، اقتصادی و فرهنگی، روحیه کارآفرینی را در آنان پرورش دهد (عارفی و همکاران، ۱۳۹۸).

یکی از موضوعات مورد توجه پژوهشگران این بوده است که آیا کارآفرینان، کارآفرین متولد می‌شوند یا این‌که از طریق آموزش، کارآفرین می‌شوند. در گذشته، افسانه‌ای شایع بود که طبق آن، کارآفرینان ویژگی‌هایی ذاتی دارند که عبارت‌اند از: ابتکار، روحیه تهاجمی، تحرک، تمایل به استفاده از ریسک، توان تحلیل، و مهارت در روابط انسانی. بنابراین، فرض اساسی این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند. اما امروزه واقعیتی جدید جایگزین این افسانه قدیمی شده و به کارآفرینی به‌عنوان رشته‌ای علمی توجه شده است. دولت از طریق وزارت آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و نظام آموزشی مؤسسات وابسته به خود می‌تواند مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۹۲).

<sup>1</sup> McGee

## چارچوب نظری تحقیق

ریچارد کانتیلون<sup>۴</sup> (۱۷۳۰) بیان می‌دارد که شخص کارآفرین، فردی است که ابزار تولید را برای ترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می‌کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات اطلاع ندارد. جان باپتیست<sup>۵</sup> (۱۸۰۳) کارآفرین را فردی می‌داند که مسئولیت تولید و توزیع فعالیت اقتصادی خود را بر عهده دارد. فرانک نایت<sup>۶</sup> (۱۹۲۱) کارآفرینان را کسانی می‌شناسد که در شرایط عدم قطعیت به اتخاذ تصمیم می‌پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز مشخص می‌پذیرند. طبق نظر کاسون<sup>۷</sup> (۱۹۸۲) کارآفرین فردی است که تخصص وی "تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی در مورد ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب" است. ویداشتن "توان دآوری و قضاوت" را عنصری مشترک در تمامی کارآفرینان تشخیص داده است. از دیدگاه کارلند<sup>۸</sup> (۱۹۸۴) کارآفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد تأسیس می‌نماید و آن را مدیریت می‌نماید و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده می‌کند (حسینی خواه، ۱۳۹۷).

از آن جا که مزیت‌های نسبی کشورهای جهان سوم در زمینه مواد خام و کارگران ارزان به دلیل اتوماسیون ارزش خود را از دست داده‌اند، توسعه فناوری و به تبع آن تولید محصولات و خدمات ابداعی و نوآور، به ضرورتی اجتناب

واژه «کارآفرینی» از کلمه فرانسوی "انترپرنورس" به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. کارآفرینی نخستین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن ۱۶ میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خویش تشریح نموده‌اند. کارآفرینی از مباحثی است که در تمامی ابعاد توسعه اقتصادی و اجتماعی از حدود ۲۰ سال به این طرف عملاً در دنیای تجارت و کسب و کار مطرح شده است. از جمله تعاریف کارآفرینی می‌توان به موارد کاربردی اشاره نمود (سیگیتز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹).

ژوزف شومپتر<sup>۲</sup> (۱۹۳۴) فرآیند کارآفرینی را "تخریب خلاق" می‌نامد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری است.

کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدید ایجاد کسب و کار با قبول مخاطره و تحمل ریسک، محصول و خدمت جدید را ارائه می‌کند (بیرکورونایوک<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹).

<sup>4</sup>Richard Cantillon

<sup>5</sup>Jon Baptist

<sup>6</sup>Frank Knight

<sup>7</sup>Cason

<sup>8</sup>Karlend

<sup>1</sup>Sigiltez

<sup>2</sup>Joseph Shompitter

<sup>3</sup>Bourkoronayok

مهارت‌های موضوعی: دانش و شناخت ما نسبت به موضوع، حقایق، اصول و نظریات در آن موضوع است.

مهارت‌های خلاقیت: این مهارت‌ها با شکستن قالب‌های خشک ذهنی، مهارت‌های موضوعی را در راه جدیدی به کار می‌گیرد، یعنی از مهارت-های موضوعی به شکل جدیدی استفاده می‌کند. مهارت‌های خلاقیت با ارزش‌های فکری زیر همراه است:

- ۱) شکستن عادت‌ها
  - ۲) به تعویق انداختن قضاوت‌ها و ارزیابی
  - ۳) درک پیچیدگی‌ها با توجه به مسائل پیچیده و درگیر شدن با آن
  - ۴) متفاوت دیدن مسائل و مشاهده امور به شیوه تازه‌ای که قبلاً به آن توجه کافی نشده بود.
  - ۵) وسعت فکر و برقراری ارتباط میان ایده‌های متفاوت تکنیک‌هایی وجود دارد که این ارزش-های فکری را تقویت می‌کند. از جمله طوفان فکری (میرزاییان و شریفی، ۱۳۹۵).
- انگیزه: یکی از عناصر اصلی و شاید مهم‌ترین جزء این مجموعه است. انسان بدون انگیزه بیرونی و درونی نمی‌تواند کار خلاقانه انجام دهد. اگر انگیزه درونی باشد کار برای افراد لذت‌بخش و جالب خواهد بود. آماپل می‌گوید: انگیزه درونی مهم‌ترین نقش را در خلاقیت ایفا می‌کند اگر افراد از ابتدا به کار علاقه داشته باشند و با لذت و رضایت وارد کار شوند و نه فشار خارجی، آن‌گاه می‌توانند خلاقیت بیشتری از خودشان نشان دهند.

ناپذیر تبدیل شده است. این امر مستلزم خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی است. نقش این سه عامل را بهتر نیز می‌توان خلاصه کرد (یانگ و تی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴):

- ۱- خلاقیت: یک توانایی فکری است که می‌تواند به یک اختراع یا ایده‌ای بکر در فرد خلاق و منجر شود (دانشنامه فارسی اقتصاد).
  - ۲- نوآوری: فرآیندی است که این اختراع ایده را به محصول یا خدمتی که به بازار قابل عرضه است تبدیل می‌کند (دانشنامه فارسی اقتصاد).
  - ۳- کارآفرینی: ویژگی فردی است که با عزمی راسخ با وجود موانع بسیار در رساندن یک محصول به بازار فرآیند نوآوری را با موفقیت هدایت می‌کند (فکور و حاجی حسینی، ۱۳۸۷).
- از آن‌جا که کار آفرینی مستلزم نوع ویژه‌ای از خلاقیت است و هم‌چنین در تمامی مراحل نوآوری، از ایجاد ایده اولیه تا تأمین منابع مالی و فروش، همه مستلزم خلاقیت است. ما ابتدا به تعاریف و عناصر اصلی خلاقیت می‌پردازیم.
- خلاقیت را به صورت‌های مختلف و متعددی تعریف کرده‌اند. اما در تعاریف دو مفهوم تازگی و نو بودن و دیگری ارزشمندی و تناسب مشترک است. خلاقیت، متشکل از عناصر و اجزای مختلفی است. آماپل سه عنصر "مهارت‌های مربوط به قلمرو یا موضوع"، "مهارت‌های مربوط به خلاقیت" و هم‌چنین "انگیزه" را اجزای اصلی خلاقیت می‌دانند.

<sup>1</sup> Yang & Ti

دانشجو مفید است و به اثربخشی آموزش های رسمی و غیر رسمی در زمینه آموزش کارآفرینی، پرداخته شود. (پاخام<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۰).

آموزش کسب و کار، بلکه آموزش کارآفرینی هم معنی خود آموزش است. آموزش، ابزار قدرت مندی است که دانش مورد نیاز، مهارت ها، نگرش و تجربه کافی برای مقابله با چالش های زندگی را فراهم می کند. (ماما، ۲۰۱۰).

کمیسیون اروپا در گزارش خود برای بهبود کیفیت، آموزش های مرتبط کارآفرینی و تجربیات دانشجویان گام هایی را مطرح کرد که شامل شفافیت بیشتر نسبت به اهداف آموزش کارآفرینی، استفاده از محتوای بومی در طراحی، توسعه و انتقال برنامه های سرمایه گذاری، توسعه توده بزرگی از آموزش دیدگان کارآفرینی، و تبادل تجربیات بیشتر، به ویژه در توسعه مدل های یادگیری کارآفرینی مناسب و به اشتراک گذاری دانش و تمرین های خوب در سراسر بخش های ملی می باشد (پاخام و همکاران، ۲۰۱۰).

آموزش کارآفرینی، به تمام فعالیت هایی اطلاق می شود که هدف آن، شکوفایی ذهنیت، نگرش و مهارت های کارآفرینی در طیفی از موارد متعددی مانند تولید ایده، استارت آپ، رشد و نوآوری است. (نیلو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). دانش آموختگان از طریق آموزش می توانند ویژگی های

توسعه بی سابقه جامعه مدرن موجب شده است تا افراد به سرعت با نیازمندی ها و دانش جدید برای باقی ماندن در محیط رقابتی کسب و کار خود تطبیق داده شوند. در اینجا گروهی از دانشجویان با خصوصیات فردی متفاوت، با سبک های یادگیری مختلف و با ترکیب منحصربه فردی از قوت ها و ضعف ها با طیف متفاوتی از احساسات وجود دارند که آموزگار باید محیط آموزشی خلاق را ایجاد کند که متناسب با نیازهای آموزشی افراد باشد و چشم انداز نیازهای اجتماعی را نیز پاسخ گوید دانشگاه ها، به عنوان زیست بومی کارآفرینانه، برای منافع جامعه به وجود آمده اند؛ کارآفرینی در دانشگاه ها عموماً مکانی برای انتقال دانش تحقیقاتی به جامعه از طریق فعالیت های تجاری سازی و استفاده علمی مطرح هستند. این فعالیت ها می توانند شامل انتقال فناوری، حق مالکیت و ثبت عقیده، اختراع، ایجاد کسب و کارهای جدید، پارک های علم و فناوری و غیره باشد (میدلتون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰).

آموزش کارآفرینانه به دانش کارآفرینی با ساختار رسمی گفته می شود. گیب (۱۹۹۹، ۲۰۰۰) نشان می دهد که سه هدف اصلی برای آموزش مؤثر کارآفرینی وجود دارد:

- ۱) توسعه درک وسیعی از کارآفرینی
- ۲) کسب یک طرز فکر کارآفرینی
- ۳) و این که بدانیم چگونه می توان کسب و کار تازه ای را راه اندازی کرد. در ادبیات موجود آموزش کارآفرینی، پرسش مهم این است که ترکیب موفق برنامه های درسی کارآفرینی چیست و تا چه حد برای

<sup>2</sup> Packham

<sup>3</sup>Nyello

<sup>1</sup>Middleton

تحقیقات اخیر نشان داده که یکی از عوامل مهمی که به افزایش نگرش کارآفرینانه هم در کار آفرینان بالقوه و هم در کار آفرینان نوظهور منجر می‌شود، آموزش‌های کارآفرینی است. (هاتاب<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴)

بر اساس برنامه‌های آموزشی، آموزش کار آفرینان، هم بر رفتار فعلی آنها و هم بر قصد آینده تأثیر می‌گذارد. سایر تحقیقات بر رابطه بین برنامه‌های آموزش کارآفرینی و متغیرهایی مانند نیاز به توفیق طلبی و مرکز کنترل با خودکارآمدی را بررسی کرده‌اند. آنها دریافتند که آموزش کارآفرینی، تأثیر مثبت دارد. به گونه‌ای که به افزایش ویژگی‌های ذکر شده منجر می‌شود و احتمال برخی از فعالیت‌هایی را در حوزه راه اندازی کسب و کار تازه در آینده افزایش می‌دهد. (یانات<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰)

آموزش مجازی، گونه‌ای آموزش رسمی است که به وسیله موسسات آموزشی و دانشگاه‌ها ارائه شده و رشد دانشجویان، با ابزارهای آموزشی و زیرساختاری از مکان‌های مختلف و با کمک فناوری امکان پذیر می‌شود. در آموزش مجازی یادگیری، دانش و فناوری ارتباطات به اندازه قدرت اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها اهمیت پیدا می‌کنند. در زمان گسترش و توسعه یادگیری مجازی، برخی از تحقیقات، از اثربخشی یادگیری آموزش‌های مجازی به وسیله دانشجویان نشان می‌دهد ارتباط خطی بین افزایش هوشیاری در یادگیری مجازی و اثربخشی استفاده از سیستم‌های یادگیری مجازی وجود دارد. همچنین مشاهده شده که افرادی که درباره

<sup>۲</sup>Hatab<sup>۳</sup>Yanat

کارآفرینی خاصی را کسب کنند و بر رفتار کارآفرینانه آنان تأثیر بگذارند (ادیابونیا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). امروزه، آموزش کارآفرینی به گونه‌ای رشد کرده است که مثلاً در آمریکا بیش از ۲۲۰۰ واحد درسی در این زمینه در بیش از ۱۶۰۰ واحد آموزشی ارائه می‌شوند. این دانشمندان به ویژه دریافته‌اند که یادگیری در این زمینه از طریق انتقال تجربیات در مقایسه با مطالعه کتب درسی هم فراگیرتر است و هم کاربردهای متنوع‌تری دارد. ابزارهای آموزشی که در آموزش کارآفرینی استفاده می‌شوند، شامل طرح‌های کسب و کار، شروع به کار دانشجویان در فعالیت‌های اقتصادی، مشاوره با کارآفرینان شاغل، الگوسازی و همانندسازی رایانه‌ای، مصاحبه با کارآفرینان و بررسی‌های محیطی، قرار گرفتن در محیط‌های واقعی، استفاده از فیلم‌های آموزشی و سفرهای مربوط است. (علی میری، ۱۳۸۷)

گاراوان و اوسینید اهداف برنامه‌های آموزش کارآفرینی را شامل شناسایی و آماده‌سازی کارآفرینان بالقوه برای شروع کسب و کار، توانمندسازی مخاطبان برای تنظیم برنامه‌های کسب و کار، تمرکز بر موضوعاتی که برای اجرای پروژه کارآفرینانه، بهبود و توسعه رفتارهای مستقل، ریسک‌پذیر و توانمندسازی مخاطبان می‌دانند به گونه‌ای که در پایان دوره آموزشی بتوانند برای تأسیس کسب و کار مخاطره‌آمیز دانش بنیان با فناوری سطح بالا اقدام کنند. (مقیم و احمد پورداریانی، ۱۳۹۲)

آموزش کارآفرینانه رابطه بسیار قوی با قصد کار آفرینانه دارد. آموزش کار آفرینی، قصد بیشتری را برای شروع کسب و کار ایجاد می‌کند.

<sup>۱</sup>Ediagbonya



پیشینه کار آفرینی، حتی به صورت خوداشتغالی، کسب و کار خانوادگی و تجربه شغلی، بیشتر به کارآفرینی گرایش پیدا می کنند.

نتایج تحقیقات جنا<sup>۳</sup> در سال ۲۰۲۰ نشان داد که کار آفرینی با جنبه های خاصی از آن، می تواند آموزش داده شود و از پیتز دراکر در سال ۱۹۸۵ نقل کرده است که کارآفرینی سحر آمیز نیست، اسرار آمیز نیست و ربطی به ژن افراد ندارد، کارآفرینی مانند هر رشته دیگری، می تواند آموخته شود.

گورمن، هانلون و کینگ (۱۹۹۷)؛ به نقل از راتن و یوسمانجی<sup>۴</sup>، (۲۰۲۰) بیان کرده اند که بیشتر مطالعات تجربی انجام شده حاکی از آن هستند که کار آفرینی می تواند آموزش داده شود. آموزش کارآفرینی توانایی افراد را برای خلق ایده ها و انجام تحقیقات تقویت می کند. کاربری تجاری این ایده ها را بالا می برد و در نهایت مهارت های حفظ و راه اندازی شرکت های نوپا را در افراد ایجاد می کند. در واقع موضوع کارآفرینی، توجه فزاینده و علاقه مداومی را ایجاد می کند؛ به نظر می رسد که چیزی بیش از یک بحث اقتصادی در حال ظهور را منعکس می نماید که به وسیله تلاقی تغییرات در تکنولوژی های جدید، و ظهور مهارت های جدید ایجاد می شود. (بولدیرینو<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۰)

آموزش های مجازی اطلاعات کافی ندارند، نظراتی مبنی بر اثربخش نبودن و مفید نبودن این آموزش ها و این که به اندازه آموزش حضوری اثربخش نیستند، وجود دارد. (کارادومان و سامی منست<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳)

همچنین یافتن این نکته، که چه عواملی بر روی قصد راه اندازی کسب و کار تأثیر می گذارد، ضروری است. اشلی - کاتلر و همکاران (۲۰۰۹) عوامل فردی را که در تصمیم گیری افراد در انتخاب حرفه کارآفرینی انگیزاننده است، بیان کرده است. این عامل را می توان به دو دسته:

- ۱- ویژگی های جمعیت شناختی
  - ۲- نگرش ها، ارزش ها یا عوامل روان شناختی
- تقسیم بندی کرد (فاتوکی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴).
- خصوصیات فردی، نیز از عوامل دیگری است که در پیش بینی انتخاب مسیر راه اندازی کسب و کار به وسیله افراد مؤثر است. عوامل جمعیت شناختی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، تجربه کاری و الگوی نقش نیز در این راه بی تأثیر نیست. (اسماعیل، ۲۰۰۹). تحقیقات مکاستی (۲۰۰۸) نشان می دهد که تجارت کسب و کار قبلی بر روی تصمیم گیری و عملکرد کسب و کار تأثیر می گذارند. پیتز من و کندی (۲۰۰۳) معتقدند که بین تجربه کاری قبلی در شرکت های کوچک و نگرش نسبت به کار آفرینی، رابطه ای مثبت وجود دارد. (فاتوکی، ۲۰۱۴) کولورید (۱۹۹۶) بیان داشته است که تجربیات قبلی در فعالیت های کارآفرینی تأثیر بالاتری بر روی قصد کار آفرینانه افراد دارد، در مقایسه با افرادی که این تجربیات را ندارند. دانشجویان از طریق

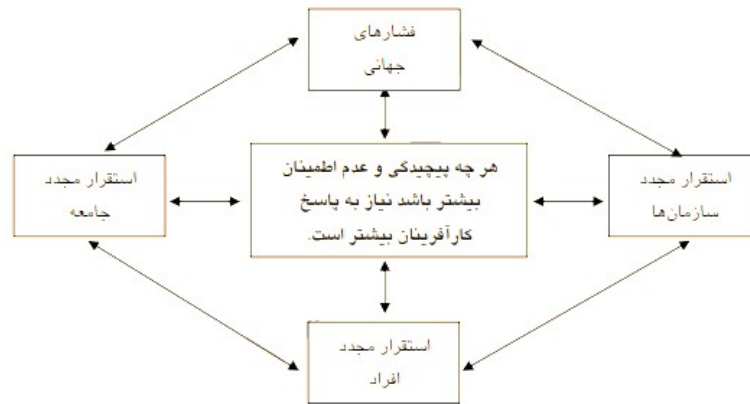
<sup>3</sup> Jena

<sup>4</sup>Ratten&Usmanij

<sup>5</sup>Boldureanu

<sup>1</sup>Karaduman& Sami Mencet

<sup>2</sup>Fatoki



شکل (۱) اهمیت آموزش کارآفرینی

به افرادی است که توانایی‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه داشته باشند، تا آنها را قادر سازد چالش‌های زندگی فعلی و آینده نامطمئن خود را مدیریت کنند. از اینرو آنها باید با مطالعه کارآفرینی، به روشهای مبتنی بر نوآوری برای حل مسأله، انطباق با واقعیت تغییر، خودکفا شدن و توسعه خلاقیت دست یابند. (احمد و همکاران، ۲۰۲۰)

آموزش کارآفرینی، بیش از افراد را بالا می‌برد و کمک می‌کند تا افراد در فرآیند کارآفرینی بهتر و موفق‌تر عمل کنند. نکته مهم و قابل توجه در آموزش کارآفرینی این است که در آموزش کارآفرینی، روش‌های رسمی و غیر رسمی آموزش با هم ترکیب می‌شوند. در واقع آموزش کارآفرینی، بر روی مهارت‌نگرش و رفتار تمرکز می‌کند و موجب ارتقای مهارت، توسعه نگرش و تغییر رفتار افراد می‌شود. (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹)

هدف اصلی آموزش کارآفرینی بالا بردن باور خود کامیابی افراد است تا در ایجاد کسب و کارهای جدید و مدیریت آنها موفق باشند و به

در سطح جهانی، کاهش موانع تجاری و واقعیت پول واحد اروپا، همراه با پیشرفت‌های ارتباطات راه دور، فناوری‌های نوین و حمل و نقل، تماماً فرصت‌های بیشتر و در عین حال عدم اطمینان بیشتری را ارائه می‌کنند. در سطح جامعه، خصوصی سازی، مقررات زدایی، اشکال جدید حکومت، توجهات محیطی فزاینده، و شناخت فزاینده حقوق گروه‌های اقلیت، تماماً جامعه را با پیچیدگی و عدم اطمینان بیشتر مواجه می‌سازند. در سطح سازمانی، عدم تمرکز، تعدیل نیروی انسانی، باز مهندسی، هم پیمانان استراتژیک، یکی شدن سازمان‌ها، و تقاضای فزاینده برای انعطاف پذیری نیروی کار، تنوع گسترده تر گزینه‌های استخدام، احتمال خاتمه یافتن کار سازمان‌ها، مسئولیت بیشتر در کار و فشار روحی و روانی بیشتر، همگی سازمان‌ها را با پیچیدگی و عدم اطمینان بیشتر مواجه می‌کنند. در سطح فردی، فرد امروزی ممکن است والدین فقط مسئولیت بیشتری نسبت به مدیریت اعتبارات و تأمین مالی برای آینده فرزندان‌شان را داشته باشند. با در نظر گرفتن وضعیت بالا در تمام سطوح، نیاز بیشتری

مالکیت، مدیریت یا کار کردن در یک شرکت تجاری موفق را تقویت نمایند.

- دسته‌بندی دوم، آموزش برای شرکت است. این آموزش بیشتر با آمادگی الهام بخشیدن به کار آفرینان برای مسیر پیشرفتی است که به خود اشتغالی فرد در ایجاد و اداره کسب و کارشان ختم شود، همراه است. در این دسته بندی به افراد مهارت‌های علمی مورد نیاز برای ایجاد و مدیریت کسب و کار کوچک و نحوه تهیه برنامه کسب و کار آموزش داده می‌شود.

- دسته‌بندی سوم، آموزش در شرکت است. این آموزش عمدتاً با کارآموزی مدیریت برای کارآفرینانی که کسب و کارشان را راه اندازی کرده‌اند، همراه است، در این دسته‌بندی تلاش می‌شود تا آموزش‌هایی ارائه شود که کارآفرینان بتوانند به آسانی همه مراحل رشد و بهبود کسب و کارشان را سیری کنند. در این دسته‌بندی دوره‌های بازاریابی، توسعه محصول، روش‌های حل مساله و مواردی نظیر این آموزش داده می‌شود.

همچنین حسینی‌نیا و موسوی در سال ۱۳۹۷ چهار دسته اصلی از برنامه‌های آموزش کارآفرینی شکل گرفت که عبارتند از:

- دسته اول، برنامه‌هایی برای «آگاهی و جهت‌گیری به سوی کار آفرینی» است. هدف از این دوره‌ها، افزایش آگاهی، درک و بینش نسبت به کارآفرینی به

طور کارآفرینانه رفتار کنند. اگر آموزش کارآفرینی می‌خواهد موثر واقع شود، نه تنها باید دانش واقعی و مهارت‌های مناسب را در کلاس ارائه کند، بلکه از طریق شبیه سازی کسب و کارهای جدید، موفقیت کسب و کارها و ظرفیت فزاینده کارآفرین جهت انجام چنین کارهایی را بالا ببرد. آنها معتقد هستند که برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید اهداف ذیل را دنبال کند: کسب مهارت‌ها جهت استفاده از روش‌ها، تجزیه و تحلیل موقعیت‌های کسب و کار، ترکیب برنامه‌های عملی شناسایی و تحریک انگیزه، استعداد و مهارت‌های کارآفرینانه، جبران تعصب ریسک‌گریزی بسیاری از فنون تحلیلی ایجاد همدلی و حمایت از تمام جنبه‌های منحصر به فرد کارآفرینی تغییر نگرش‌ها به سوی تغییر و تشویق به شروع یک کسب و کار و سایر کسب و کارهای کارآفرینانه است (فلاح و همکاران، ۱۳۹۹).

جمیسون (۱۹۸۴؛ به نقل از سیاحی و همایی، ۱۳۹۹) برای ساماندهی آموزش کارآفرینی چارچوبی ارائه نموده است، در چارچوب وی، آموزش کارآفرینی در سه دسته تقسیم بندی شده است:

- دسته‌بندی نخست، آموزش درباره شرکت است. این دسته بندی با آگاهی درباره ایجاد شرکت، جنبه‌های مختلف شروع و اداره شرکت است که عمدتاً هم با دیدگاه تئوریک، همراه است. در واقع این دسته‌بندی تلاش می‌کند که مهارت‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های متناسب با شروع،

قرار می‌گرفتند و تعداد زیادی از آنها با کمتر از ۱۰ کارمند تأسیس می‌شدند. نیازهای آموزشی در این برنامه‌ها بسیار متنوع است. از دوره‌های بسیار مورد قبول در این زمینه می‌توان به دوره رشد شرکت‌های کوچک در دانشگاه دارهام و دوره فعالیت‌های اقتصادی خود را بهبود دهید، اشاره کرد که از طرف سازمان بین‌المللی کار در سراسر دنیا اجرا می‌شود.

- دسته چهارم، برنامه «توسعه آموزش کار آفرینی» است که شامل شیوه‌های جدید آموزشی و تعیین نقش‌های نوین دانشجو و استاد در فرآیند آموزش کارآفرینی است. هدف دیگر این برنامه‌ها آموزش و گسترش کمی استادان جدید از میان صنعتگران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است.

عنوان یک انتخاب شغلی برای افراد از تمامی اقبال اجتماعی است. این‌گونه برنامه‌ها در مقاطع تحصیلی ابتدایی راهنمایی و متوسطه تدریس می‌شود تا انگیزه و تمایل دانش‌آموزان و دانشجویان برای کارآفرین شدن افزایش یابد. گروه‌های نژادی، غیر شاغلان، مخترعان، دانشمندان، کارکنان دولت و بازنشستگان ارتش و گروه‌های مختلف، می‌توانند تحت پوشش این دوره قرار گیرند.

- دسته دوم شامل آن دسته از برنامه‌های آموزشی است که «توسعه تأسیس شرکت‌ها» را پوشش می‌دهد. این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند. کشورهای همچون آمریکا، هند، فیلیپین، مالزی، فنلاند و هلند مراکز ویژه‌ای را برای حمایت از کارآفرینان بالقوه تأسیس کرده‌اند که ضمن ارائه آموزش‌های ویژه جهت توسعه توانایی‌ها و انگیزش افراد، توسعه مناطق شهری و آموزش‌های عملی در نزد کارآفرینان موجود را در بر می‌گیرد.

- دسته سوم، برنامه‌هایی است که برای رشد و بقای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک طراحی شده‌اند و شرکت‌های کوچک موجود را پوشش می‌دهد. واقعیت آن است که این گروه از شرکت‌ها در هر کشوری باید مورد توجه قرار گیرند. در کشورهای کمونیستی سابق شرکت‌های کوچک بسیار مورد توجه

## جدول ۱- مطالعات تجربی

ردیف	محقق / محققان	عنوان	نتایج و یافته‌های تحقیق
۱	حسین‌زاده نباتی، محمودی و ادیب (۱۳۹۹)	رابطه نگرش به درس کار و فناوری با مولفه های نگرش کارآفرینی دانش آموزان مقطع متوسطه ناحیه یک تبریز	بین نگرش به درس کار و فناوری و مولفه‌های نگرش به کارآفرینی رابطه وجود دارد. نگرش به درس کار و فناوری (۰/۴۰) رهبری، ۰/۵۶ دستاورد، ۰/۳۰ کنترل شخصی، ۰/۴۲ خلاقیت، ۰/۳۸ ابتکار) را تبیین می‌کند.
۲	کردحیدری و همکاران (۱۳۹۸)	فرا ترکیب عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای فناورانه نوپا در اکوسیستم کارآفرینی	بر این اساس ۱۲ مؤلفه سیاست‌گذاران، مؤسسه‌های آموزش عالی و دانشگاه‌ها، حمایت‌گران، بازارها، عوامل سازمانی، انکوباتورها، شتاب‌دهندگان، سرمایه‌گذاران، نهادها، بازیگران و ذی‌نفعان، فرهنگ و اجتماع، و عوامل فردی با در برداشتن ۳۶ مفهوم در ۳ بُعد خرد، میانی و کلان نتیجه‌گیری شده است.
۳	عارفی و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی شاخه کاردانش آموزش متوسطه	برنامه درسی آموزشی کارآفرینی از لحاظ هدف و روش‌های ارزشیابی خوب عمل کرده است. همچنین اظهارات هنرآموزان در مورد روش‌های تدریس نشان از مطابقت با روش‌های پیشنهاد شده کتاب آموزش کارآفرینی دارد، در حالی که اظهارات هنرجویان خلاف این را نشان داده است.
۴	استیری (۱۳۹۸)	ضرورت بستر سازی آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی و تبیین عناصر برنامه درسی برای آن	برنامه درسی، کلیدی‌ترین و مهم‌ترین عنصر نظام آموزشی برای رشد و ترویج کارآفرینی به شمار می‌رود.
۵	حشمتی‌فر، لیاقت‌دار و عابدی (۱۳۹۸)	تأثیر بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان	بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه ساسکاچون، بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان مؤثر بوده است. از این رو مؤلفه‌های «نوآوری»، «ریسک‌پذیری»، «موفقیت‌طلبی» و «استقلال‌طلبی» معنادار بودند و مؤلفه‌های «ابهام‌پذیری» و «کنترل‌پذیری» معنادار نبودند.
۶	هاردیانتو، کاردویو و واهبودین <sup>۱</sup> (۲۰۲۰)	تأثیر باورها، نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و ادراک کنترل رفتاری بر اهداف کارآفرینی دانش‌آموزان	اعتماد، هیچ تأثیری بر قصد کارآفرینی دانش‌آموزان ندارد؛ نگرش‌های کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و ادراک کنترل رفتاری، بر قصد کارآفرینی به طور مثبت تأثیر می‌گذارند؛ اعتماد، بر نگرش‌های کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی و درک کنترل اثری ندارد، حال آنکه از طریق نگرش‌های کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی و ادراک کنترل رفتاری بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد.
۷	فراگوسو، روچا-جونور و خاویر <sup>۲</sup> (۲۰۲۰)	عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه‌های برزیل و پرتغال	ویژگی‌های شخصیتی، خودکارآمدی و نگرش کارآفرینانه پیش‌بینی کننده‌های مهم قصد کارآفرینی هستند و تأثیرات شناخت اجتماعی و کشور مبدأ در این زمینه کارساز واقع نیستند.
۸	پایوا و همکاران <sup>۳</sup> (۲۰۲۰)	رفتار برنامه‌ریزی شده و اعتقادات مذهبی به عنوان عوامل ایجاد کننده قصد کارآفرینی در دانشجویان	نگرش شخصی، کنترل ادراک شده و اعتقادات مذهبی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارند، اما هنجارهای ذهنی موثر نیستند.
۹	وارد، هرناندز-سانچز و سانچز-گارسیا <sup>۴</sup> (۲۰۱۹)	اثرات توان کارآفرینی و جنسیت: نقش ویژگی‌های شخصیتی در قصد کارآفرینی دانشجویان	اختلافات بین زن و مرد زیاد نیست. فقط مقاصد، کنترل رفتاری ادراک شده و هنجارهای ذهنی در مردان بیشتر گزارش شده است. همچنین انگیزه‌های تجاری در زنان بیشتر گزارش گردید. در خصوص نقش میانجی تفاوت‌های جنسیتی نیز مشخص گردید که این مساله باعث مختل شدن نقش هنجارهای ذهنی می‌شود.
۱۰	باربارا-سانچز و آتینزا-ساکویلو <sup>۵</sup> (۲۰۱۸)	هدف کارآفرینی در بین دانشجویان مهندسی با توجه به نقش آموزش کارآفرینی	نیاز به استقلال، عامل اصلی هدف کارآفرینی مهندسان آینده است و آموزش کارآفرینی، تأثیر مثبتی بر روی اهداف کارآفرینی دارد.

<sup>1</sup>Hardianto, Kardoyo, & Wahyudin<sup>2</sup>Fragoso, Rocha-Junior, & Xavier<sup>3</sup>Paiva et al.<sup>4</sup>Ward, Hernández-Sánchez, & Sánchez-García<sup>5</sup>Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo

**روش تحقیق:**

گرفتن دانش آموزان هنرستان‌های کاردانش در استان گیلان، مؤلفه‌ها و ابعاد پیشنهادی با استفاده از روش پیمایش در اختیار جامعه تحقیق قرار می‌گیرد. همچنین برای بررسی نرمال بودن متغیرهای پرسشنامه از آزمون کلموگوروف - اسمیرنوف استفاده شده است. گفتنی است که طراحی پرسشنامه از طریق تایید روایی آن از سوی خبرگان و تایید پایایی آن، از سوی آلفای کرونباخ طراحی گردیده است. بنابراین این تحقیق از لحاظ جهت گیری و هدف، در مرحله طراحی روش شناسی، بنیادین و در مرحله آزمون الگو در هنرستان‌های کاردانش، کاربردی است. رویکرد این تحقیق استقرایی - قیاسی است و راهبرد آن آمیخته ای از رویکردهای کیفی و کمی نسبت به موضوع تحقیق است که با طرح شیوه‌های آمیخته اکتشافی انجام گرفته است. در تحقیق حاضر، دلیل کاربرد این روش، ضعف در پیشینه نظری و تجربی موضوع تحقیق است. در مرحله اول طراحی الگوی عوامل زمینه‌ای، در وهله اول جامعه آماری تحقیق شامل کتاب‌ها و مقالات مرتبط با موضوع تحقیق بوده است. جستجوی کتابخانه ای و اینترنتی از پیشینه نظری مرتبط با موضوع تحقیق در حوزه‌های کارآفرینی، الگوهای کارآفرینی، انواع کارآفرینی صورت پذیرفت. در وهله بعد و در مرحله مصاحبه نیمه ساختار یافته، یعنی در بخش کیفی جامعه آماری متشکل از ۳۴ نفر کارشناسان آموزش فنی ادارات آموزش و پرورش استان گیلان بوده است. در مرحله پرسشنامه یا همان بخش کمی جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۵۱ نفر از مدیران و هنرآموزان

با توجه به چارچوب مفهومی تحقیق حاضر و ماهیت و نوع داده ها و اطلاعات در دسترس، برای ارائه الگوی مفهومی انتقال باورهای کارآفرینی به دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش و مراحل پیش بینی شده برای این تحقیق، روش اجرای این تحقیق آمیخته اکتشافی بود. در طرح تحقیق آمیخته، ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده های کمی گردآوری می‌شوند. داده‌های کیفی برای موشکافی پدیده مورد بررسی، گردآوری می‌شوند و بالاخره، پژوهشگر بر اساس یافته‌های حبه‌دست آمده از داده های کیفی، می‌کوشد داده های کمی را گردآوری کند تا تعمیم پذیری یافته ها را میسر سازد (بازرگان، ۱۳۸۹). در تحقیق حاضر، دلیل به کارگیری این روش، ضعف در پیشینه نظری و تجربی موضوع تحقیق و نیز عدم اجماع پژوهشگران نسبت به ابعاد انتقال باورهای کارآفرینی است. بنابراین در این تحقیق در مرحله اول راهبرد تحقیق کیفی است. اطلاعات کیفی از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته به دست می‌آید. مصاحبه نیمه ساختاریافته، آن روش تحقیق است که اغلب در علوم اجتماعی استفاده می‌شود و در آن اجازه پرداختن به ایده‌های جدید داده می‌شود تا در طول مصاحبه به عنوان یک نتیجه از آنچه مصاحبه‌شونده می‌گوید به ارمغان آورد؛ سپس در مرحله بعد داده های کمی با استفاده از روش پیمایشی مورد نظرسنجی افراد نمونه قرار گرفت. ابزار اصلی جمع آوری داده ها مصاحبه و تکمیل پرسشنامه است. در این مرحله برای ارائه الگو با در نظر

فرآیند تحلیلی است که از تعیین یک موضوع فراتر می رود. کد گذاری اطلاعات به کمک نرم افزار MaxQDA مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین در بخش آمار استنباطی از روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شده است. این تحلیلها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و Smart PLS 2.0 انجام گرفت.

### یافته های تحقیق:

#### بخش الف: تحلیل کیفی

یافته های کدگذاری اولیه در نرم افزار MacQDA به شرح جدول (۲) است.

می شود. برای انتخاب نمونه از نمونه گیری هدفمند استفاده شده است که روشی غیر احتمالی است. نمونه گیری هدفمند مستلزم گزینش بخشی از جامعه است که اعضای آن بر پایه داوری محقق (یا کارشناسان و متخصصان) مشخص می شوند. در این روش نمونه گیری معیارهای پذیرش نمونه مطرح می شود و بر مبنای آن افرادی به منظور نظرسنجی در زمینه موضوع تحقیق گزینش می شوند. در این تحقیق معیارهای نمونه گیری هدفمند برای انتخاب خبرگان در بخش کیفی عبارت بودند از:

۱- کارشناسان آموزش فنی آموزش و پرورش استان گیلان که بالای ۵ سال سابقه داشتند.

با اجرای مصاحبه با افراد منتخب بعد از تکراری شدن پاسخها و با نظر موافق استادان راهنما و مشاور به اشباع نظری رسیده و تعداد نمونه تحقیق به شرح جدول زیر است. همچنین در بخش نمونه کمی از جدول مورگان استفاده شد که ۱۴۸ نفر از مدیران و هنرآموزان به روش نمونه گیری تصادفی ساده و در دسترس انتخاب شدند.

تجزیه مصاحبه های نیمه ساختار یافته دسته بندی گردید. دسته بندیها اغلب به صورت کدها یا کلمات کلیدی نام گذاری شده اند، اما به هر چیزی که نامگذاری شوند، همه آنها این قابلیت را دارند که داده ها را سازماندهی و سیستماتیک کنند که، اغلب حتی به عنوان کدهای تحلیلی کار می کنند. کدهای تحلیلی نتیجه یک

<sup>1</sup> Structural Equation Modeling (SEM)

## جدول ۲- یافته های کدگذاری اولیه

کدگذاری باز
طرح یا ایده کارآفرینی
آموزش حرف اصلی را می زند
از طریق کارآفرینان برتر
معرفی افراد برتر در زمینه کارآفرینی
مسیر کارآفرینی به اشتغال پایدار
امید بیشتر در دانش آموزان
تشویق دانش آموزان به کارآفرینی
ترویج فرهنگ کارآفرینی
اعتقاد خانواده به کار
اشتغال جوانان
استنباط و داشتن برنامه مناسب
آموزش بازی های کارآفرینی
آماده شدن بسترها
سرمایه گذاری
آموزش
خانواده هایی که اقتصاد آنان بر مبنای شغل های تولیدی و خدماتی
تامین منابع مالی
سرمایه مالی
وضع اقتصادی خانواده
بیشترین القا از سوی خانواده
خانواده بیشتر می تواند، چون بیشتر مورد اعتماد است
خانواده و معلمان بیشترین ارتباط با دانش آموزان را دارند
ایجاد زیر ساخت ها
آموزش و ارائه امکانات جدید
تشویق و حمایت ارزش آفرینی
پیگیری و انگیزه دادن جامعه
توسعه فرهنگی مهارت آموزی و اشتغال
برنامه های تشویقی و انگیزشی جهت کارآفرینی
حمایت مالی و معنوی
بستر سازی دولت
ایجاد نگرش و موفقیت های کارآفرینان
تدوین برنامه های آموزشی
اهمیت کار در جامعه
فرهنگ کار آموزی در بین دانش آموزان
راه اندازی کسب و کار
حمایت های دولت
جامعه مرد سالار
محدودیت هایی جنسیتی برای خانم ها
دنبال شغل آماده



کمبود منابع مالی
موانع و محدودیت های زیاد
بی انگیزگی دانش آموزان
عدم ثبات اقتصادی
کمبود اعتماد به نفس
فراهم نبودن بسترهای لازم برای حمایت دولت و خانواده
نداشتن راهنمای لازم
عدم اعتماد به نفس
سطح پایین درآمد
بیکاری
از ۱۲ سالگی
از سن ۱۳ یا ۱۴ سالگی
۲۵ سالگی به بالا
از دبستان
محتوای درسی کاردانش
هدایت تحصیلی دانش آموزان
شاخه فنی و حرفه ای و کاردانش بسیار موثر هستند
شاخه های فنی و حرفه اییا کاردانش تا حدودی آنها را آشنا می کند
شاخه های فنی و کاردانش عمالا هدایت گر و آشنایی با شغل هستند
تجهیز کارگاه های هنرستان ها

با توجه به جدول فوق در کدگذاری اولیه از مصاحبه‌های صورت گرفته از نمونه آماری، عوامل بر اساس به شرح زیر استخراج شدند.

### جدول ۳- یافته‌های کدگذاری ثانویه بر اساس الگوی مطلوب انتقال

کدگذاری باز ثانویه	کدگذاری باز اولیه
حمایت دولت	سرمایه گذاری
	آماده شدن بسترها
	ایجاد زیر ساخت ه
	پیگیری وانگیزه دادن جامعه
	حمایت های دولت
	بستر سازی دولت
	فراهم نبودن بسترهای لازم برای حمایت دولت و خانواده
هنجارهای اجتماع	نداشتن راهنمای لازم
	عدم ثبات اقتصادی
	آموزش و ارائه امکانات جدید
	فرهنگ کارآموزی در بین دانش آموزان
	خانواده ومعلمان بیشترین ارتباط با دانش آموزان
	عدم اعتماد به نفس
	کمبود اعتماد به نفس
	موانع و محدودیت های زیاد
	دنبال شغل آماده



بخش کمی از طریق اجرای پرسشنامه‌های استاندارد و محقق ساخته، بر روی نمونه آماری استخراج شد و با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS تجزیه و تحلیل گردیده است. در واقع در این مرحله به بررسی تأثیر متغیرهای ایجاد شده می‌پردازد.

### بخش ب: تحلیل کمی

در مرحله بعد که مرحله کمی پژوهش است برای برآزش مدل مذکور جامعه آماری شامل مدیران و هنرآموزان هنرستان‌های کاردانش پسرانه بوده که به صورت تصادفی ساده ۱۴۸ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. داده‌ها در



شکل ۳- مقدار گزارش شده ضریب استاندارد و آماره  $t$  الگوی عوامل زمینه‌ای بر انتقال باورهای کارآفرینی

فراهم کنند که افراد، روحیه کارآفرینی پیدا کنند. به همین دلیل کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده و موجب بهره مندی مردم و کشور می‌شود. از این رو آموزش کارآفرینی مقوله مهمی است که کشورهای پیشرفته در فرآیند توسعه اقتصادی - اجتماعی نسبت به آن توجه جدی مبذول داشته اند و پرورش کارآفرینان را در اولویت برنامه های توسعه خود قرار داده‌اند. بدین منظور این پژوهش درصدد آن است که به ارائه عوامل زمینه ای انتقال باورهای کارآفرینی به دانش‌آموزان هنرستان‌های کار دانش استان گیلان بپردازد. با توجه به اهمیت آموزش کارآفرینی باید پرورش کارآفرینان در کشور در نظام آموزش و پرورش پایه‌گذاری گردد و به سایر مراکز آموزش عالی راه یابد و بدیهی است که این مهم بدون ایفای نقش فعالانه نظام آموزش و پرورش محقق

با توجه به پاسخگویی افراد نمونه آماری متغیر حمایت دولت با ضریب استاندارد شده ۰/۲۴۱ دارای تاثیر معنی‌دار و مثبت بر انتقال باور کارآفرینی است ( $t > 1/96$ ). متغیر هنجارهای اجتماع با ضریب استاندارد شده ۰/۰۰۶ تاثیر معنی‌دار مثبت بر انتقال باور کارآفرینی ندارد ( $t < 1/96$ ). متغیر حمایت خانواده با ضریب استاندارد شده ۰/۸۴۹ تاثیر معنی‌دار و مثبت بر روی انتقال باور کارآفرینی دارد ( $t > 1/96$ ).

### بحث و نتیجه گیری

در قرن جدید آهنگ رشد تغییرات، نسبت به قرون پیشین از رشد چشمگیری برخوردار است. این تغییرات در پاسخ به نیازهای روزافزون جوامع بشری است. نیازهای جوامع بشری با توجه به جدید بودن و تنوع آنها به سرعت در حال تغییر و تحول هستند و کشورها برای همگام شدن با این تغییرات و تحولات باید شرایطی

کار جدید می‌کند نه این که صرفاً از منابع و وام‌های بانکی استفاده کند. همچنین در دیدگاه وسیع‌تر در اثنای چند سال گذشته، دولت‌ها به طوری جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته‌اند، زیرا کارآفرینی موجب بهره‌مندی مردم و کشور می‌شود. قبل از آن‌که مردم بتوانند کاری را شروع کنند، باید دارای سرمایه، تکنولوژی، تسهیلات لازم برای تولید کالا و نیروی کار مناسب باشند. با آگاهی از نیازهای کارآفرینان و مشاغلی که نیاز به حمایت دارند، به نظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست‌ها و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی باشد. دولت از طریق تعیین خط مشی در وزارتخانه‌ها و موسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود. ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه، به طور کلی تحت عنوان فرهنگ سازی کسب و کار، از مولفه‌های اصلی استراتژی دولت‌ها در توسعه کارآفرینی است. این هدف عمدتاً در قالب سیاستها و برنامه‌های تشویقی - ترویجی - آموزشی و در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی پیگیری می‌شود. فرهنگ‌سازی مورد نظر در بستری از همکاری دولت و بخش خصوصی صورت می‌گیرد. برنامه‌های متعددی در کشورهای مختلف و در زمینه فرهنگ‌سازی در جریان است. بخش اصلی بار فرهنگ سازی بر دوش نظام آموزشی و بخش دیگری از آن بر دوش رسانه‌های جمعی است. نکته‌ای که در زمینه فرهنگ‌سازی مورد تاکید سیاست‌گذاران توسعه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته قرار دارد، طبیعت طولانی مدت

نخواهد شد. تصمیم به انتخاب شغل و حرفه آینده یک فرد جوان و گرایش او به سوی کارآفرینی ممکن است که متأثر از اعضای خانواده و دوستان او باشد. در جوامعی که از نظام اقتصادی پیشرفته‌ای برخوردار هستند، خانواده به دو طریق شخصی با این نظام برخورد می‌کنند. خانواده تبدیل به واحدی می‌شود که اجراکنندگان همه نقش‌های موجود در وضعیتهای مختلف سیستم اقتصادی را در خود می‌پروراند. احراز این مقام‌ها و شغل‌ها در ایفای نقش خانوادگی اثر مهمی دارد. ازدورانی که نوجوانان دست به کارهای نیمه وقت می‌زنند تا زمانیکه بعنوان یک بزرگسال نقش یک ایفا کننده تمام وقت را ایفا می‌کنند بطور مداوم در حال تغییر نیازمندی‌ها و وظایف خانوادگی هستند. منبع اقتصادی جدید به فرزندان احساس استقلال و خود اتکایی می‌دهد و موقعیتی برای آنان بوجود می‌آورد که فعالیتی بیش از آنچه که قبلاً در سطح خانواده داشتند انجام دهند. تاثیر این فعالیت اقتصادی یک نوع کسب تجربه برای اجتماعی شدن افراد خانواده است. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشا تحولات بزرگی در زمینه صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و از آنان به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. پس می‌توان به اهمیت نقش خانواده در این زمینه به عنوان کوچکترین و در عین حال مهمترین نهاد اجتماعی پی‌برد. در جوامع کارآفرینی حمایت خانواده و دوستان برای فرد مهم است زیرا فرد معمولاً بر اساس منابع مالی و حمایت این افراد اقدام به راه اندازی یک کسب و

نوآوری، خلاقیت و تجربه به عنوان یک هنجار، بازیگران و ذی نفعان، که به طور رسمی یا غیر رسمی برای اتصال، واسطه گری و کنترل عملکرد درون محیط کار آفرینانه حضور دارند، و عوامل فردی، مانند قصد و روح کار آفرینی، انگیزه، استقلال، اشتیاق، جاه طلبی و تحمل شکست، از اساسی‌ترین الزامات هر نوع فعالیت کار آفرینانه هستند که در سطح خرد یک اکوسیستم کارآفرینی نقش مهمی ایفا می‌کنند. از این رو آموزش کارآفرینی، بر دستگاه فکری کارآفرینانه تاثیرگذار است (عارفی و همکاران، ۱۳۹۸)، فراگوسو و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که دوره‌های آموزشی کارآفرینی، تصمیم فراگیران را به کار آفرین شدن قوت می‌بخشد؛ هاردیانتو و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که دروس کارآفرینی هوشیاری و مهارت های مرتبط با سرمایه انسانی نظیر ریسک پذیری را تقویت می‌کند و سبب می‌شود که مجموعه‌ای از دانش‌های جدید انباشته شده و با یکدیگر یکپارچه شوند و دستگاه فکری کارآفرینانه را برای کشف مجموعه‌ای بزرگ‌تر از فرصت‌ها و انتخاب بهترین آنها تحریک کنند. همچنین بررسی‌های مختلف نشان داد که در شاخه کاردانش عمدتاً روی مهارت‌های کارآفرینی از قبیل انگیزه پیشرفت، تمایل به ریسک و مخاطره، گرایش به خلاقیت، کنترل درونی و نیاز به استقلال توجه بیشتری شده و محتوای آموزش دوره‌ها در این شاخه از آموزش، به محوریت تقویت روحیه و توانایی کارآفرینان و ویژگی‌های آنها سرمایه گذاری می‌کند و آموزش‌های لازم را ارائه می‌-

نتیجه گیری از این برنامه هاست. فرهنگ واقعی کسب و کار در یک فرآیند طولانی مدت صورت می‌گیرد و از برنامه‌های فرهنگی نباید نتایج آنی انتظار داشت. در بررسی‌های صورت گرفته در راستای تحقیق حسین زاده نباتی و همکاران در سال ۱۳۹۹ اشاره به اهمیت بالای نگرش مثبت به درس کار و فناوری، در داشتن رابطه مثبت با مؤلفه‌های ارزشمند، رهبری، دستاورد، کنترل شخصی، خلاقیت، ابتکار دارد. بنابراین در اولویت قرارگرفتن ماهیت عملی و کاربردی و استفاده از ابزارها در این درس پیشنهاد می‌شود، کردحیدری و همکاران در سال ۱۳۹۸ به این نتیجه دست یافتند که سرمایه گذاران با تسهیل سرمایه گذاری خطرپذیر، به ویژه در مراحل ابتدایی راه اندازی و توسعه کسب و کار، عوامل سازمانی، با فراهم آوردن امکانات مختلف و مهارت ها، استراتژی ها و تعاملات افقی و عمودی در راستای ایجاد محیط کاری نوآور و پیشرفت شغلی، انکوباتورها (مراکز رشد)، با فراهم کردن زمینه های مناسب برای ایجاد، رشد و توسعه شرکت‌های نوظهور و ارائه حمایت‌های مختلف معنوی و مادی، شتاب دهندگان، با ارائه منابع ضروری، حمایت‌های نهادی فرآیند رشد تسهیل و تبدیل ایده به کسب و کار و ورود به بازار، نهادها، با ایجاد ظرفیت نوآوری، حمایت‌های گسترده، توسعه قابلیت‌ها، انجام فعالیت‌های ترویجی و ارائه مشاوره‌های لازم، در سطح میانی اکوسیستم کار آفرینی نقش مهمی ایفا می‌کنند. در سطح فرهنگی و اجتماع، با ارائه نمونه‌ها و داستان های موفقیت کار آفرینی و لزوم توجه به

صورت بگیرد. ایجاد انکوباتورها (مراکز رشد) و آموزش قابلیت های کارآفرینی در برنامه درسی می تواند گام موثری در جهت بهبود این شاخص‌ها در دانش آموزان باشد. راهنمایی علمی، بستر سازی، حمایت‌های مشاوره‌ای و مالی لازم از طرح های کارآفرینانه دانش‌آموزان نیز می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد. ایجاد دوره‌های طرح کار برای دانش آموزان که بتوانند به صورت عملی با محیط و مواد لازم درگیر شوند تا از این طریق مهارت و توانایی لازم برای ایجاد طرح کارآفرین را کسب کنند. برگزاری سمینارهای تخصصی در زمینه کار آفرینی در سطح مدارس و آموزشگاه‌ها برای دانش آموزان. پیشنهاد می شود که برای توسعه فعالیت های کارآفرینی، به‌ویژه در بین فارغ التحصیلان هنرستانی و کاردانش، برنامه‌های جامع و فراگیر برای جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی، ایجاد تعاونی‌ها و بانک‌ها در این زمینه طراحی و تدوین شوند تا از پروژه‌های کارآفرینان و فارغ-التحصیلان حمایت کنند.

دهند. بنابراین چنانچه شاخه نظری نیز بخواهند نقطه ضعف خود را در این زمینه رفع کنند، باید در مباحث نظری دوره‌ها و محتوای آموزش‌ها تجدید نظر کنند و از الگوهای استخراج شده از این تحقیق بهره ببرند. خلاصه آن‌که روحیه کارآفرینی در صورتی در دانش آموزان پرورش می‌یابد و استقرار می‌یابد که آموزش‌های لازم به صورت توأم هم از لحاظ عملی و هم از لحاظ تئوری همراه باشد. در راستای پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که نگرش اکثر خانواده‌ها و دانش آموزان نسبت به راه‌اندازی کسب و کار مستقل و مثبت باشد. اما آنها تحقق ایده خود را در شرایط کنونی امکان‌پذیر نمی‌دانند. با توجه به عوامل مانع یاد شده در این تحقیق، باید در عوامل ناشی از ضعف حمایت‌های اجتماعی ملاحظه نمود و به کمک دولت این عوامل را برطرف نمود. در مدارس گسترش انواع آموزش‌های مرتبط (از جمله ارائه دانش مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کار، تقویت مهارت‌های فنی، مدیریتی و خودشناسی و خودباوری) تأکید شود. بازنگری دولت در مسیر سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری و برنامه‌ریزی، برای توسعه فراگیر و بنیادی کارآفرینی، و اقدامات اساسی برای بهبود محیط کسب و کار تأکید شود. استفاده از روش های مختلف عینی و ذهنی، کارآفرینی در سطح دبیرستان‌ها و مراکز فنی و حرفه‌ای و کار و دانش را مورد سنجش قرار دهند. اقداماتی فوری برای اصلاح و بازنگری در برنامه‌های آموزشی جهت ارتقای سطح قابلیت های کارآفرینی در نظام آموزشی به‌ویژه در دبیرستان‌ها (رشته‌های نظری)

## منابع و ماخذ:

۱. احمدپور داریانی، م.، مقیمی، م. (۱۳۹۲). مبانی کارآفرینی. انتشارات دانشگاه تهران.
۲. استیری، ع. (۱۳۸۹). ضرورت بسترسازی آموزش کارآفرینی در دوره ابتدایی و تبیین عناصر برنامه درسی برای آن، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه الزهراء، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران.
۳. آقا محمدی، ج.، عبداللهی، ح. (۱۳۹۴). تحلیل نقش آموزش در توسعه و ترویج کارآفرینی. فصلنامه رهیافت. شماره ۵۹.
۴. بازرگان، ع. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهای متداول در علوم رفتاری. انتشارات دیدار، چاپ ۵.
۵. حسین‌زاده نباتی، م.، محمودی، ف.، ادیب، ی. (۱۳۹۹). رابطه نگرش به درس کار و فناوری با مولفه های نگرش کارآفرینی دانش آموزان مقطع متوسطه ناحیه یک تبریز، نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۳ (۱)، ۱۱۸-۱۰۱.
۶. حسینی خواه، ع. (۱۳۹۷). امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس. مطالعات برنامه درسی، ۳ (۱۱)، ۶۶-۹۴.
۷. حسینی نیا، غ.، موسوی، ش. (۱۳۹۷). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، روش‌ها و چالش‌ها، نامه آموزش عالی، ۴۱، ۸۸-۵۹.
۸. حشمتی‌فر، ل.، لیاقت‌دار، م.، عابدی، ا. (۱۳۹۸). تأثیر بسته آموزش کارآفرینی مبتنی بر برنامه آموزشی دانشگاه
- ساسکاچئون بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان: یک طرح ترکیبی لانه‌ای هم‌زمان، فصلنامه علمی نوآوری‌های آموزشی، ۱۸ (۳)، ۸۳-۱۰۴.
۹. خاتمی، ع.، و شاه حسینی، ح. (۱۳۹۱). وضعیت شاخص های کارآفرینی در بین دانش آموزان شاخه های نظری، فنی و حرفه ای و کاردانش. تحقیقات مدیریت آموزشی، ۴ (۱) (مسلسل ۱۳)، ۹۵-۱۱۶.
۱۰. خاقانی، م.، ایل بیگی، ا.، خمسه نژاد، ح. (۱۳۹۸). تأثیر ویژگی های فردی بر قصد کارآفرینی، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری. مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران.
۱۱. ذبیحی، م.، مقدسی، ع. (۱۳۹۳). کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد: نشر جهان فردا.
۱۲. سیاحی، م.، همایی، ر. (۱۳۹۹). اثربخشی آموزش توانمندسازی فردی بر خود کارآمدی، کارآفرینی و انسجام خانواده در زنان سرپرست خانوار، زن و جامعه، ۱۱ (۴)، ۲۸۹-۳۰۸.
۱۳. طهماسبی، ر.، قلیپور، ا.، ضیائی، م.، قالیباف اصل، ح. (۱۳۹۶). مدیریت استعدادها: یک نظریه داده بنیان، فصلنامه مدیریت دولتی، ۷ (۲۱)، ۱۵۱-۱۳۳.
۱۴. عارفی، م.، فتحی واجارگاه، ک.، نساج، س. (۱۳۹۸). بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی شاخه کاردانش آموزش متوسطه، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۲ (۴).

کارآفرینی در بین دانش آموزان سال آخر مدارس متوسطه و هنرستان (دوره دوم) شهرستان دلفان. مدیریت و برنامه ریزی در نظام های آموزشی، ۹(۱۷)، ۱۳۱-۱۵۸.

22. Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100327.
23. Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61.
24. Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267.
25. CheMett, K. E., Chung, D. P., Kim, Y., Chung, B. W., & Choi, G. W. (2015). High-titer ethanol production from simultaneous saccharification and fermentation using a continuous feeding system. *Fuel*, 145, 18-24.
26. Ediabony, K. (2013). The roles of entrepreneurship education in ensuring economic empowerment and development. *Journal of business administration and education*, 4(1).
27. Esmail, A. (2009). Community health centers in US inner cities: from cultural competency to community competency additional commentary. *Ethnicity and Race in a Changing World: A Review Journal*, 1(1), 29-31.

۱۵. علی میری، م. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش ها و چالش ها. توسعه کارآفرینی، ۱(۱)، ۱۳۱-۱۶۷.
۱۶. فکور، ب.، و حاجی حسینی، ح. (۱۳۸۷). کارآفرینی دانشگاهی و تجاری سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه های ایران (مطالعه موردی ۷ دانشگاه مهم کشور). سیاست علم و فناوری، ۱(۲)، ۵۹-۷۰.
۱۷. فلاح، م.، جعفری، م.، عبادی، ر. (۱۳۹۹). ارائه مدلی برای بررسی و تبیین نقش وقف بر اندازه دولت در اقتصاد با تأکید بر نقش کارآفرینی اجتماعی. مجلس و راهبرد، ۱۰۴، ۳۰-۵.
۱۸. کردحیدری، ر.، منصوری موید، ف.، خدادادحسینی، ح. (۱۳۹۸). فراترکیب عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای فناورانه نوپا در اکوسیستم کارآفرینی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۲(۱)، ۱۶۰-۱۴۱.
۱۹. کریمی، م.، وفایی، ف.، مرادی، ع.، نامیان، ف. (۱۳۹۹). شناسایی و ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی و نوآوری شرکت‌های بین‌المللی هوشمند با استفاده از DEMATEL-ANP. چشم انداز مدیریت صنعتی، ۴۰، ۱۱۷-۱۵۴.
۲۰. کلانتری، ص.، و ربانی خوراسگانی، ر.، و هزارجریبی، ج. (۱۳۹۲). بررسی میزان کارآفرینی دانش آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات. نامه علوم اجتماعی، ۱۱(۳) (پیاپی ۲۳)، ۱۷۱-۱۸۹.
۲۱. میرزاییان کلواری، ی.، و شریفی، م. (۱۳۹۵). بررسی و مقایسه مولفه های



28. Fatoki, O. (2014). The causes of the failure of new small and medium enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 922-922.
29. Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 33-57.
30. Hardianto, R. N., Kardoyo, K., & Wahyudin, A. (2020). The Influence of Beliefs, Attitudes, Subjective Norms, and Behavioral Control Perceptions of the Entrepreneurial Intentions of Students of SMK Negeri 1 Slawi. *Journal of Economic Education*, 9(1), 55-64.
31. Hatab, R. J. T. (2014). Improve website rank using search engine optimization (SEO) (Doctoral dissertation, MSc dissertation. Al-Madinah International University, Selangor.
32. Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275.
33. Kadir, A., Almkvist, O., Forsberg, A., Wall, A., Engler, H., Långström, B., & Nordberg, A. (2012). Dynamic changes in PET amyloid and FDG imaging at different stages of Alzheimer's disease. *Neurobiology of aging*, 33(1), 198-e1.
34. Karaduman, M., & Mencet, M. S. (2013). Attitude and approaches of faculty members regarding formal education and distance learning programs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 523-532
35. McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., and Sequeira, J.M. (2009), Entrepreneurial self-Efficacy: Refining the measure, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), pp. 965 - 988.
36. Middleton, P. (2011). Major risk factors for stillbirth in high-income countries: a systematic review and meta-analysis. *The lancet*, 377(9774), 1331-1340.
37. Nyello, R., Kalufya, N., Rengua, C., Nsolezi, M. J., & Ngirwa, C. (2015). Effect of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Behaviour: The Case of Graduates in the Higher Learning Institutions in Tanzania. *Asian Journal of Business Management*, 7(2), 37-42.
38. Packham, G., Jones, P., Miller, C., Pickernell, D., & Thomas, B. (2010). Attitudes towards entrepreneurship education: a comparative analysis. *Education+ Training*, 52(8/9), 568-586.
39. Paiva, L. E., Sousa, E. S., Lima, T. C., & SILVA, D. D. (2020). Planned behavior and religious beliefs as antecedents to entrepreneurial intention: A study with university students. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21(2).
40. Ratten, V., & Usmanij, P. (2020). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction?. *The International Journal of Management Education*, 100367.
41. Ward, A., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial potential and gender effects: The role of personality traits in university students' entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 10, 2700.
42. Yanat, A. (2010). *Les comptes de la protection sociale en 2008*.
43. Yang, C. H. A. I., Ti, X. U. (2009). Effect of magnesium on inclusion formation in Ti-killed steels and microstructural evolution in welding induced coarse-grained heat affected zone. *Journal of Iron and Steel Research, International*, 16 (1), 69-74.

